

Madrid, 1 de marzo de 2025

AUDIENCIAS FEBRERO

Mediaset España, grupo con mayor subida del mes con Telecinco como la cadena que más crece y Cuatro con su mejor febrero desde 2020

El grupo suma 0,7 puntos respecto a enero y cierra febrero con un 24,9% de *share*, su mejor dato de los últimos 9 meses. Se eleva al 27,2% de *share* en *target* comercial, su mejor registro desde mayo de 2024, con el que acumula 35 meses de liderazgo consecutivos, con ventaja de 3 puntos sobre su competidor.

Mediaset España aumenta 0,2 puntos en *prime time* (23,4%) y crece 0,5 puntos en el *target* comercial, parámetro que lidera por séptimo mes consecutivo con un 25,7% de *share*, su mejor registro de la temporada.

Telecinco (9,6%) es la televisión que más crece en su audiencia mensual (+0,9 puntos) respecto al mes anterior, alcanzando su mejor dato desde octubre de 2024. También es la que más sube en *target* comercial (+0,8 puntos), y con un 10,2%, se sitúa como la cadena comercial líder en este parámetro. De igual forma, suma casi 1 punto en *prime time* (9,2%), su mejor registro desde julio de 2024.

Cuatro (6%) mejora 4 décimas sus datos del año pasado y eleva sus cifras al 6,6% en *target* comercial, en ambos *targets* es su mejor febrero desde 2020. En *prime time* (6,2%) acumula 15 meses consecutivos como la tercera cadena comercial, con 0,6 puntos de ventaja sobre su competidora (5,6%) al igual que en el *target* comercial de esta franja (6,7% vs. 5,5%).

PRINCIPALES TITULARES DE FEBRERO

MEDIASET ESPAÑA

Mediaset España (24,9%) es el grupo que más crece en febrero (+0,7 puntos), con su mejor dato de los últimos 9 meses, y ha elevado sus datos mensuales en *target* comercial (+0,4 puntos) hasta alcanzar el 27,2% de *share*. Se mantiene líder de este parámetro por 35º mes consecutivo, con una ventaja de 3 puntos sobre su competidor (24,2%).

- En **prime time** (23,4%) aumenta 2 décimas su dato respecto al mes anterior y **lidera el target comercial por séptimo mes consecutivo** (25,7%), **con su mejor registro de la temporada y la mayor distancia desde agosto frente a su competidor** (+4,1 puntos).
- En **day time** también **es la que más crece** (+0,9 puntos) respecto a enero hasta el 25,5% de *share*, su mejor marca desde mayo de 2024. Se mantiene imbatible en **target comercial** (27,9%), parámetro en el que suma 0,4 puntos frente a enero, alcanza su mejor cota de los últimos 9 meses y **lidera un mes más entre todos los grupos**, con 2,4 puntos más que su competidor.

TELECINCO

Telecinco (9,6%) es la cadena que más crece respecto al mes pasado (+0,9 puntos) y alcanza su mejor dato de los últimos cuatro meses. También es la que más ha elevado su cuota en **target comercial** (+0,8 puntos), hasta el 10,2% de *share*, su mejor registro de los últimos 9 meses.

- En **prime time** anota un 9,2% de *share*, su mejor registro desde julio de 2024, y es la **televisión comercial que más crece respecto a enero** (+0,9 puntos). En el **target comercial** de esta franja (10,5%) lidera entre las cadenas **comerciales** con su mejor dato desde abril de 2024 y con la mayor subida respecto a enero (+1,3 puntos), también entre las cadenas comerciales. En **day time** (9,7%) alcanza su mejor cuota desde noviembre de 2024 y se sitúa como la **cadena más vista en el target comercial** (10,1%) tras subir 6 décimas su resultado respecto al mes pasado. **Lidera en late night** (12,6%) con 1 punto más que en enero.

CUATRO

Cuatro (6%) cierra su mejor mes de febrero de los últimos cinco años con una mejora de cuatro décimas respecto al mismo mes del pasado año y manteniendo el mismo dato de enero.

- En TC (6,6%) anota su **mejor febrero desde 2020**.
- En **prime time** (6,2%) suma **15 meses consecutivos como tercera cadena comercial más vista**. Supera en 0,6 puntos a su competidor (5,6%), al que **gana también en TC de la franja por 19º mes consecutivo** (6,7% vs. 5,5%), en este caso con 1,2 puntos de ventaja.
- Es la **cadena que más crece en day time** respecto a febrero de 2024 (+0,7 puntos) hasta alcanzar su **mejor febrero desde 2017** con un **5,9% de share**. Sube al 6,5% en TC. **Además, supera a su competidor en late night** (6,7% vs. 4,7%).

TEMÁTICOS

Los canales temáticos del grupo anotan **130 meses consecutivos de liderazgo**, tanto en total individuos (**9,3%**) como en **target comercial (10,4%)**, con Energy y FDF a la cabeza del *ranking*.

- **Energy, canal temático líder en febrero** con un **2,5% de share**, su mejor dato de la temporada, obtiene un 2,8% en *target comercial*.
- **FDF** alcanza un 2,3% y es, por 22 meses consecutivos, líder de las temáticas en el **target comercial (3,2%)** y en el **target de jóvenes entre 13 a 24 años (5,7%)**, parámetro en el que ocupa el cuarto lugar entre todas las cadenas.
- **Be Mad** obtiene **su mejor dato mensual de febrero en su historia**, tanto en **total individuos (1,9%)** como en **target comercial (1,9%)** y en su **core target**, hombres de 16-44 años (2%).
- **Divinity (1,6%)**, anota un 1,4% en *target comercial* y un 1,6% en su *target objetivo*.
- **Boing** es nuevamente **el canal líder entre los niños (13%)**. Crece 1,8 puntos respecto a enero, alcanza su **mejor dato mensual en febrero de su historia** y el **dato de mes más alto de los últimos 28 meses**. De igual forma, es **la cadena infantil más vista** en total individuos (0,9%).

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - PRIME TIME

TELECINCO

- **‘La isla de las tentaciones’**
 - En sus emisiones **de los lunes crece un 27% respecto a enero (+4,3 puntos)** tras anotar una media del **20% de share y 1.538.000 espectadores**. Imbatible en su franja, es el **programa con mejor target comercial (28,8%)** y **el más visto por los jóvenes (50,1%) en todas las televisiones durante este mes**. En el ranking mensual, el concurso copa 7 de los 10 programas más vistos en febrero entre los más jóvenes, de 13 a 24 años, de todas las televisiones.
 - La entrega **del miércoles** anota un **share del 13,2% y 1.702.000 espectadores**. Mejora 1,8 puntos y casi 300.000 espectadores respecto a enero y **lidera** entre los espectadores jóvenes (29,1%). Líder de las televisiones comerciales en TC (18,5%).

- **‘GH Dúo’**
 - Las **galas de los jueves** (14,2% y 873.000), **lideran la franja** tras mejorar medio punto respecto a enero y duplicar a su competidor en la banda de emisión (5,9%). También lidera el TC (13,0%) con especial incidencia entre los espectadores de 25-44 años (14,9%).
 - **‘GH Dúo: Límite 48h’** (12%, 708.000 y 11% en TC) **lidera su franja de los martes** tras crecer 0,7 puntos respecto a enero. Sube al 13% entre los espectadores de 25 a 44 años.
 - **‘GH Dúo: El Debate’** (12% y 655.000) suma 1,3 puntos al resultado de enero y **se impone en su franja a todas las cadenas en el target comercial** (11,8%).

- **‘¡De Viernes!’** cierra febrero con un **10,3%** de *share* y una media de **808.000 espectadores**.

- **‘Hay una cosa que te quiero decir’** (10,2% y 916.000) sube 0,4 puntos respecto a enero.

- **‘Next Level Chef’** (9% y 427.000) alcanza su **mejor resultado mensual en cuota de pantalla tras crecer 1,8 puntos respecto al pasado mes**. Es líder del *target* comercial con un 11,9% de *share*, con los espectadores jóvenes como sus mayores seguidores (19,9%).

CUATRO

- **‘Horizonte’** (9,2% y 611.000) **crece 0,5 puntos frente a enero**, situando esta media de febrero entre los 4 meses más competitivos del programa en Cuatro. Se sitúa por delante de su competidora en la franja (4,7%) y en TC (11,7% vs. 4,4%).

- Con sus emisiones de lunes a jueves, **‘First Dates’** (6,7% y 909.000) también adelanta a su competidor en su banda de emisión (5,9%) y en TC (6% vs. 4,8%). Al igual que en su emisión **en viernes** (7,7% y 879.000) con ventaja sobre su competencia en la franja (5,9%) y en TC (7,5% vs. 6,5%).

- **‘Callejeros’** (6% y 535.000) duplica **a su rival** en su franja (3%) y se impone en TC (6,6% vs. 4%).

- **‘Cuarto milenio’** (7,3% y 824.000) **crece casi 1 punto respecto a enero** y alcanza sus mejores datos en número de espectadores desde enero de 2024. Crece al 8,7% en TC y se impone a su competidor en ambas métricas (6,4% vs. 7,8%).
- **‘Código 10’** (6,4% y 413.000) **crece 3 décimas respecto a enero** y anota su mejor resultado de los últimos tres meses. Supera a su competencia en su franja (5,6%) y en TC (7,1% vs. 6,7%).

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL MES - DAY TIME

TELECINCO

- **‘Calleja en el espacio’** (16% y 1.457.000) es la **emisión de day time más vista de Telecinco este mes**, con dominio de su franja y de TC (19,8%), con especial seguimiento entre los espectadores jóvenes (23,5%).
- **‘Vamos a ver’** (14% y 468.000 y 14,5% en TC) es **líder de su franja con su mejor cuota de pantalla de los últimos cuatro meses y su dato mensual más visto desde febrero de 2024**. **‘Vamos a ver más’** (10,8% y 716.000) alcanza sus mejores métricas de los últimos cuatro meses y crece al 13% en TC.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (13,9% y 328.000) arranca este mes mejorando en 1,1 puntos el dato de la misma franja de Telecinco en enero. Convierte en positivo su TC (14%).
- **‘TardeAR’** (9% y 719.000) **mejora 1 décima respecto a enero y lidera en target comercial** (9,2%).
- **‘El diario de Jorge’** (8,6% y 734.000) **crece 0,9 puntos respecto a enero y bate su récord mensual en ambas métricas**.
- **‘Reacción en cadena’** (8,7% y 892.000) también suma 3 décimas al resultado de este mes y aumenta sus datos en TC (9,9%).
- **‘Fiesta’** (9,1% y 860.000) anota este mes sus **mejores datos desde noviembre de 2024**.
- **‘Socialité’** (8,3% y 538.000) alcanza su **mejor resultado mensual desde octubre de 2024** y convierte en positivo su TC (8,6%).

CUATRO

- **'Todo es mentira'** (6,4% y 548.000) se impone en casi 1 punto a su rival en su franja (5,9%) y crece al 6,6% en TC.
- **'Lo sabe, no lo sabe'** (5,3% y 423.000) continúa con su evolución al alza en audiencias y anota el **mes con la cuota de pantalla más alta en su historia en la franja de tarde.**
- **'En boca de todos'** (5% y 159.000) sube al 5,5% en TC.

INFORMATIVOS

- Las ediciones de Informativos Telecinco de las 15:00 h y las 21:00 h. son **los espacios informativos generalistas que más crecen respecto a enero.**
 - En sus ediciones de lunes a viernes, **Informativos Telecinco 15:00h** (10,7% y 1.012.000) **crece 1,1 puntos respecto a enero e iguala su segundo mejor dato mensual de la Temporada.** Sube en TC hasta el 12,7% de *share*. **Informativos Telecinco 21:00h** (8,6% y 1.055.000) aumenta 0,8 puntos respecto al mes anterior y alcanza su mejor dato desde noviembre. Se eleva al 9,3% en TC. Por su parte, la **edición matinal** firma su **tercera mejor cuota mensual de la temporada** (7,8% y 63.000) y obtiene un 10% en TC. El **fin de semana, Informativos Telecinco 15:00h** (9,4% y 880.000) crece 0,6 puntos respecto a enero y mejora su dato en TC hasta el 11,2% de *share*. También sube la **edición de fin de semana de las 21:00 horas** (9,5% y 1.125.000) con casi 1 punto más que el mes anterior.
 - De lunes a viernes, **Noticias Cuatro 1** (6,6% y 482.000) alcanza **su tercer mejor dato en cuota mensual de la nueva etapa.** Sube 1,5 puntos en TC (8,2%). **Noticias Cuatro 2** (5% y 489.000) crece al 6,4% en TC. **Noticias Cuatro Fin de Semana 1** (6,8% y 484.000) aumenta al 8,2% en TC. En cuanto a **Noticias Cuatro Fin de Semana 2** (6,5% y 679.000) crece 0,8 puntos respecto a enero y anota su segundo mejor dato mensual de la temporada en ambas métricas. Ascende al 7,8% en TC.